CSR Report 2009
Executive Summary

ソニーグループのアウトライン

会社概要

本社所在地	〒108-0075 東京都港区港南 1-7-1
創立	1946 年 5 月 7 日
社員数	17 万 1,300 人 （2009 年 3 月 31 日現在）
売上高および営業収入	7 兆 7,300 億円（2009 年 3 月 31 日に終了した 1 年間）

ビジネス概要

コンスーマープロダクツ＆デバイス
事業内容
テレビ事業、デジタルイメージング事業、オーディオ・ビデオ事業、半導体事業、コンポーネント事業

ネットワークプロダクツ＆サービス
事業内容
ゲーム事業およびＰＣ・その他ネットワークビジネス事業

B2B ＆ディスク製造
事業内容
放送・業務用機器などのＢ２Ｂ事業およびブルーレイディスク、ＤＶＤ、ＣＤのディスク製造事業

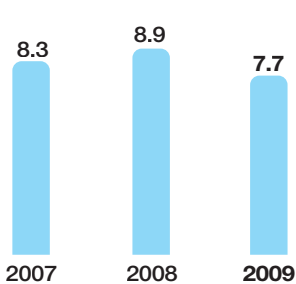
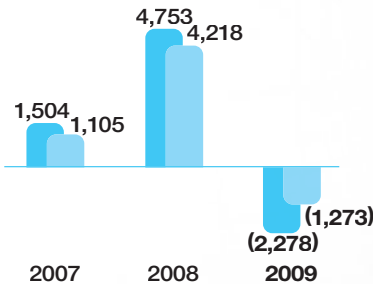
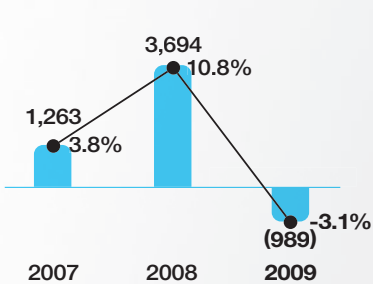
映画
事業内容
映画、テレビ番組、デジタルエンタテインメント事業

音楽
事業内容
音楽制作事業、音楽出版事業

金融
事業内容
生命保険、損害保険、銀行、リースおよびクレジットファイナンス事業

ソニー・エリクソン・モバイルコミュニケーションズ
事業内容
携帯電話事業

その他
事業内容
ネットワークサービス関連事業、アニメーション作品の制作・販売事業、広告代理店事業、その他の事業

財務ハイライト

（注）3月31日に終了した1年間を示します。

CSRレポートについて

ソニーは、1994年に初めて環境報告書を発行しました。2003年に企業の社会的責任にかかわる情報を充実させるとともに、タイトルを「CSRレポート」と改め、現在の発行に至っています。

ソニーのCSR活動について、ソニーのビジネス活動における関連と、ステークホルダーの関心の側面から重要性の高い項目を、ウェブサイトで網羅的に開示するとともに、本冊子ではその概要を簡潔にご報告しています。また本冊子の電子版をウェブサイトに掲載しています。

より良い情報開示を実現するために、皆様からのお声をお待ちしています。 http://www.sony.co.jp/csr

報告の対象範囲と構成について

本冊子は、原則的に全世界で事業を行うソニーグループ(連結ベース)を対象として、2008年度(2008年4月1日から2009年3月31日)を中心に、CSR活動を報告するものです。ただし、組織体制などに関する重要な報告については、2009年7月末日までの情報を含んでいます。

文中では、「ソニー」はソニーグループを指し、ソニー株式会社と区別しています。ソニーグループとは、ソニー株式会社および、ソニー株式会社の出資比率が50%を超える連結対象会社を指します。

環境データの集計範囲は、2008年3月31日時点でISO14001認証を取得している事業所です。原則として、ソニーグループ事業所のうち、製造事業所と人員数100人以上の非製造事業所をISO14001認証の対象としています。

- 事業・財務の概況については「アニュアルレポート」で、CSR活動については「CSRレポート」で情報を開示しています。
- 本冊子は、日本語、英語の2言語で発行しています。
- CSR情報の開示にあたり、2006年10月にグローバル・レポーティング・イニシアティブにより発行された「サステナビリティ・レポーティング・ガイドライン2006」、環境省発行の「環境報告ガイドライン(2007年度版)」を参照しています。「サステナビリティ・レポーティング・ガイドライン2006」との対照表については、ウェブサイトをご参照ください。
- 環境データについては、第三者検証を受けています。詳しくはP20をご参照ください。

表紙について
"make.believe"はソニーグループの精神を象徴しているソニーグループのブランドメッセージです。

"For the Next Generation"は持続可能な社会に向けたソニーグループのCSR活動に関するキャッチフレーズです。

目次

ソニーのCSR（企業の社会的責任）レポート2009へようこそ。

2008年に発生した世界的な金融危機が、現在も私たちのビジネスのあらゆる面に影響を与えていますが、ソニーは、この状況に正面から取り組んでいます。私たちは、ソニーが今まで以上に革新的で機敏な、かつ統合されたグローバルな企業になって、ネットワーク対応のコンスーマーエレクトロニクスとエンタテインメントを提供するリーディングカンパニーになるべく、会社全体を変革しています。そして、この変革はソニーのビジネスとCSRの関係を一層強化するものでもあります。

そのコアにあるのがソニーブランドです。このブランドは、高品質と創造性、そして多様なソニー社員が共通の目的で結集したときに実現できるマジックを表しています。それだけでなく、誠実さと倫理性に優れたビジネスの在り方、すなわち、人々や社会や環境への責任ある行動も表しています。こうした特性は、60年以上前の設立当初からソニーの根幹にあるもので、今日でも私たちが事業を進める上での指針であり続けています。

環境は、もちろん私たちの優先課題です。近くコペンハーゲンで開催される国連気候変動枠組条約第15回締約国会議（COP15）において、気候変動に関する有効かつ公平な長期的政策枠組みの国際的合意がなされることを期待しています。その内容は、産業革命以前と比べて世界の平均気温の上昇を2度以下に抑えるために十分なものでなければなりません。同時に、世界が低炭素社会へと移行する上で、企業は重要な役割を担っていると自覚しており、ソニーは全力でその役割を果たしていきます。

2009年のコンスーマーエレクトロニクス・ショーで、私は「ゴーイング・グリーン」すなわち環境対策の推進を、コンスーマーエレクトロニクス業界の7つの必達目標の一つに挙げました。喜ばしいことに、ソニーは「クライメート・セイバーズ・プログラム」におけるWWFとの協定に基づく目標「全世界の事業所におけるCO_2換算温室効果

ガス排出量を絶対量で2010年度までに2000年度比7％以上削減」を上回る成果をすでに上げています。2008年度には、再生可能エネルギーの導入だけでもCO_2排出量を約9.2万トン削減しました。特筆すべきことに、ヨーロッパではエレクトロニクス、ゲーム、ディスク製造事業所と主要なオフィスで使用電力を100%再生可能エネルギーとし、日本では再生可能エネルギーの最大利用企業としてリーダーの地位を維持しました。

環境に配慮した事業活動はビジネスにとってもプラスになることをソニーは繰り返し証明してきました。2009年にソニーが世界に投入した液晶テレビ〈ブラビア〉V5/VE5/WE5シリーズのようなエネルギー効率の高い製品は、より多くの環境志向の消費者にアピールし、結果的に売り上げの増加につながります。ビジネスが成功することで、引き続き色素増感太陽電池やバイオ電池のような、新しいビジネスチャンスを生み出す可能性を秘めている環境技術の研究開発を継続することができます。

また、米国で成功を収めた使用済み製品の回収・リサイクルプログラムは、「GreenFill[SM]（グリーンフィル）」というプログラムを通じて、最近ではソニーのビジネスパートナーや小売店にまで広がっています。このプログラムに協力している小売店では、小型電子機器を無料で回収しています。またソニーは、エンタテインメントビジネス分野でもリーダーシップを発揮しています。映画やテレビ番組の制作セットのリサイクルに加え、環境に配慮したCD、DVD、ブルーレイディスクの新たなパッケージを投入しています。

環境負荷低減に努めるだけでなく、ソニーはさまざまな社会貢献活動を展開しています。2009年にはソニーの社会貢献における重点分野である教育支援活動が50周年を迎えました。ソニーの教育への取り組みの一例として、ニューヨークにある技術とエンタテインメントが融合した体験型ミュージアム、ソニー・ワンダーテクノロジーラボへ数百万ドルの投資を行い、2008年にリニューアルオープンしました。さらにソニーは、新たに「ソニー・サイエンスプログラム」を開始し、ソニー社員が考案した革新的で内容豊かなワークショップを、世界中のソニー関連施設で開催します。

またソニーは、2010年に南アフリカで行われるFIFAワールドカップ[TM]のオフィシャルパートナーとして強固な存在感を築いているだけでなく、アフリカの社会・経済発展をサポートするべく、さまざまなパートナーと共同で社会貢献活動に取り組んでいます。ユニセフとのパートナーシップのもとで実施されている写真ワークショップでは、アフリカの子どもたちに、彼らが直面している社会課題を記録してもらい、問題解決への意識を高めるための手助けをしています。

また、ソニー社員が寄贈した本は、南アフリカで図書館車プロジェクトを実施しているSAPESI（South Africa Primary Education Support Initiative）を通して南アフリカの遠隔地域にいる子どもたちの手に渡り、彼らの識字力向上に役立っています。

本冊子とソニーのCSRウェブサイトが、私たちの多様な事業活動とCSR活動への確固たるコミットメントについてご理解いただく一助となれば幸いです。良い企業市民であることはビジネス革新の源となりえると同時に、次世代のクオリティ・オブ・ライフ向上のために、従業員、顧客、企業、政府が共に協力関係を築くことに寄与できることであるとソニーは信じています。

ソニー株式会社
代表執行役 会長 兼 社長 CEO
ハワード・ストリンガー

コーポレートガバナンス

ソニー(株)は、経営の最重要課題の一つとして、コーポレートガバナンス体制の強化に取り組んでいます。その一環として、会社法上の「委員会設置会社」を経営の機関設計として採用し、法令に定められた事項を遵守することに加え、経営の監督機関である取締役会の執行側からの独立性を強化するための事項、各委員会がより適切に機能するための事項などの独自の工夫を追加し、健全かつ透明性のある仕組みを構築・維持しています。また、それぞれの責任範囲を明確にした上で取締役会が執行役に業務執行に関する決定権限を委譲し、迅速な意思決定による効率的なグループ経営を推進しています。

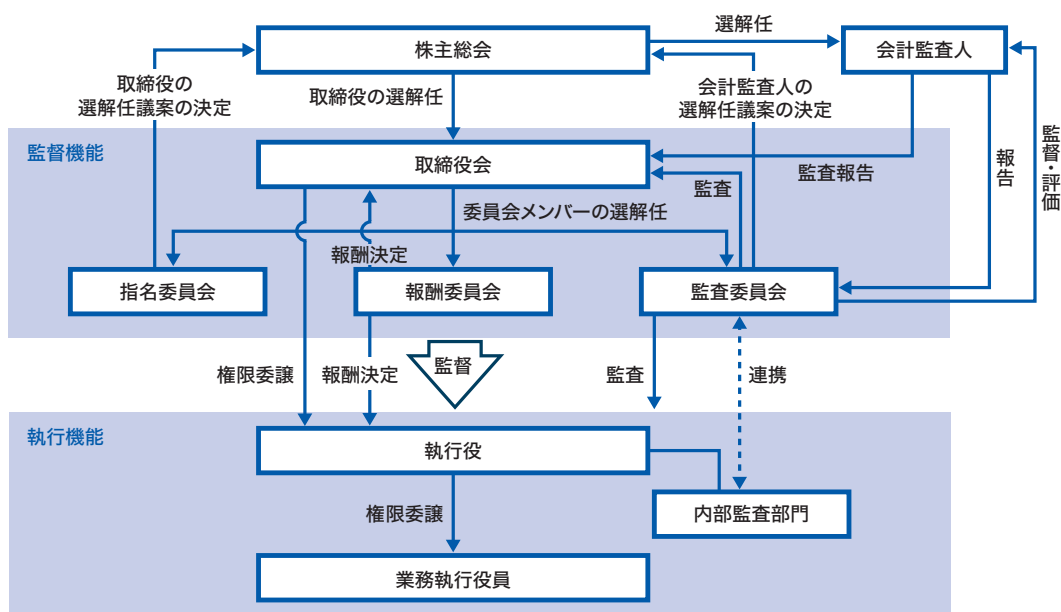
経営機構の概要

ソニー(株)は、法定機関として、株主総会で選任された取締役からなる取締役会、および取締役会に選定された取締役からなる指名・監査・報酬の各委員会、ならびに取締役会で選任された執行役を設置しています。これらの法定機関に加え、特定の担当領域において業務を遂行する業務執行役員を設置しています。

ソニー独自の工夫

ソニー(株)では、ガバナンス強化のため、法令に定められた事項に加え、取締役会の執行側からの独立性を確保するための事項、各委員会がより適切に機能するための事項などを取締役会規定に盛り込み、制度化しています。その主なものは、以下のとおりです。

- 取締役会議長・副議長と代表執行役の分離
- 社外取締役の再選回数の制限、委員会メンバーのローテーション
- 各委員会議長の社外取締役からの選任
- 利益相反の排除や独立性確保に関する取締役の資格要件の制定
- 指名委員会の人数の下限の引き上げ(5名以上)、また2名以上は執行役兼務の取締役とすること
- 原則として報酬委員の1名以上は執行役兼務の取締役とすること、および報酬委員へのソニーグループのCEO、COOならびにこれに準ずる地位を兼務する取締役の就任禁止
- 監査委員の他の委員会メンバーとの兼任の原則禁止

コーポレートガバナンス機構

コンプライアンス

法令を遵守し、倫理的に事業活動を行うことは、ソニーの企業文化において最も基本的な事項の一つです。ソニーでは、ソニーグループ全体における誠実な事業活動への取り組みを強化し、法的・倫理的問題に適切に対応する体制を確保するため、グローバルなコンプライアンスネットワークを通じて、本社および世界各地におけるコンプライアンス統括部門の設置、「ソニーグループ行動規範」の制定と導入、内部通報制度の導入を行っています。

コンプライアンス体制強化の取り組み

ソニーは、法令、規則および社内規則・方針の遵守と倫理的な事業活動の重要性をソニーグループ内に周知徹底し、さらに推進していくことを目的として、2001年7月、コンプライアンス統括部門をソニー（株）に設置し、ソニーグループ全体のコンプライアンスの方針および体制の整備ならびに危機管理対応などに取り組んでいます。

また、2003年7月、米州、欧州、日本、東アジア、パンアジア（担当地域：東南アジア、中近東、アフリカ、オセアニア）において、ソニー（株）に設置されているコンプライアンス統括部門を補佐し地域のコンプライアンス活動を統括する部門を設置し、コンプライアンスネットワークを構築しました。

ソニーグループ行動規範

ソニーは、2003年5月、ソニーグループ全体のコーポレートガバナンスの強化、および法令遵守と倫理的な事業活動のさらなる徹底を目的として、ソニーグループのすべての取締役、役員、および従業員一人ひとりが守らなければならない基本的な事項を、「ソニーグループ行動規範」として制定しました。この行動規範では、法令遵守に加え、人権尊重、製品・サービスの安全、環境保全、企業情報開示など、ソニーグループの企業倫理や事業活動にかかわる基本方針を定めています。

「ソニーグループ行動規範」は、ソニーグループ各社において、自社の行動規範として採択され、導入されています。

追加情報 >> ソニーグループ行動規範
http://www.sony.co.jp/code

内部通報制度

ソニーは、「ソニーグループ行動規範」の制定を受けて、社員のコンプライアンス活動への参画を容易にし、法令や社内規則違反の潜在的なリスクに対して早期に対処するために、内部通報制度「ソニーグループ・コンプライアンス・ホットライン」を設けています。「ソニーグループ・コンプライアンス・ホットライン」は、全世界で通報を受け付けています。また、誠実に通報を行った者が不利益な扱いを受けることがないようにしています。

「ソニーグループ・コンプライアンス・ホットライン」は、コンプライアンス担当執行役に直結する窓口として、通常の指揮命令系統から独立して運営されています。通報案件内容や調査結果については、経営陣および監査委員会に報告されます。

コンプライアンスプログラムをモニタリングする仕組みには、内部通報制度により受領する報告や、地域コンプライアンスオフィサーからの報告があります。また、内部監査やコンプライアンス監査のプログラムも、コンプライアンスプログラムのモニタリングを補完しています。

リスク管理体制

ソニーグループの各ビジネスユニット、子会社、関連会社、社内部署が、定期的なビジネスリスクの検討・評価および、それぞれが担当するビジネス領域におけるリスクの発見・情報伝達・評価・対応に取り組んでいます。

さらに、ソニー（株）の執行役は、自己の担当領域において、ソニーグループに損失を与えうるリスクを管理するために必要な体制の構築・維持を行う権限と責任を持ち、このようなリスク管理体制の整備・運用を推進しています。

コンプライアンス担当執行役は、コンプライアンス、内部監査、グループリスク、その他関連部門による活動を通じて、リスク管理体制の整備・運用を推進しています。

ソニー株式会社取締役会（2009年6月19日現在）

ソニーは、自らの事業活動が環境に負荷を与えていることを認識し、その環境負荷を低減するために優れた技術とイノベーションの力を活用して、環境に配慮した製品、サービスをお客様に提供することを目指します。

持続可能な社会へ向けた取り組み

ソニーは、「ソニーグループ環境ビジョン」を制定し、気候変動、資源、化学物質、生物多様性などの多様で複雑な環境問題への取り組みを通じて、持続可能な社会の実現への貢献を目指しています。

このビジョンの実現に向け、2006年に環境中期目標「Green Management（グリーン・マネジメント）2010」を制定し、全世界のソニーグループで積極的に環境活動を推進しています。

これらの目標を確実に達成するため、本社と各事業部門、全世界の各事業所が一体となったグローバルな環境マネジメントシステムを構築し、環境活動の継続的改善と、先進的な事例のグループ内での展開に取り組んでいます。また、環境マネジメントシステムの国際規格であるISO14001のグローバル統合認証を取得しています。

気候変動

ソニーは、気候変動問題を社会と企業の活動にかかわる重大なリスクの一つであると同時にビジネスの機会を提供するものであると考えています。

この認識のもと、野心的な削減目標の設定と達成のため、世界的環境NGOであるWWF（世界自然保護基金）と温室効果ガス排出量削減に関する協定を締結して「クライメート・セイバーズ・プログラム」に2006年に参加し、定期的に活動のレビューを受けています。

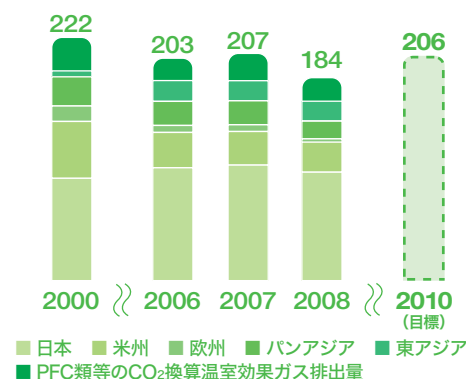
協定にもとづき、ソニーは自らの直接排出量である事業所からの温室効果ガス排出量削減のためエネルギー効率の向上や再生可能エネルギーの導入に取り組んでいます。さらに、エネルギー効率の高い製品や技術の創出を通じて低炭素型ライフスタイルの実現への貢献を目指しています。製品がお客様のもとで使用される際の電力消費にともなうCO_2排出量はソニーにとっては間接的なものではありますが、製品の消費電力量の削減や、物流効率の改善を通じた環境負荷の低減に取り組んでいます。

ソニーとWWFの協定内容

1. ソニーグループ全体のCO_2換算温室効果ガス排出量を、2000年度に比べ2010年度までに絶対量で7%削減する
2. 主な製品の年間消費電力量を削減することにより、製品の使用時のCO_2排出量を削減する
3. 消費者に向けた地球温暖化防止に関するコミュニケーション活動を、ソニーとWWFが協力して実施する
4. 地球の平均気温の上昇を、産業革命前に比べ、2度未満に抑えることが必要というWWFの見解を支持する

事業所の温室効果ガス排出量削減

ソニーは、「2010年度までに事業所のCO_2換算温室効果ガス総排出量を絶対量で2000年度比7%以上削減」という目標を掲げ、さまざまな活動に取り組んでいます。中でも、事業所のエネルギー効率の向上を最も重要な施策と位置づけて推進し、再生可能エネルギーの導入拡大にも取り組んでいます。また、生産工程で使用するPFC（パーフルオロカーボン）等の温室効果ガスについても、除害装置の導入などにより、排出量の削減に取り組んでいます。これらの排出量削減施策に加え、世界的な経済不況の影響による生産調整により、2008年度のCO_2換算温室効果ガス総排出量は約184万トンとなり、2000年度比で約17%の削減となっています。

事業所のCO_2換算温室効果ガス総排出量（万トン-CO_2）

事業所のエネルギー効率の向上

ソニーは、高効率熱源システムの開発および導入、燃料転換、エネルギー関連設備の運用改善など、さまざまな施策を実施し、エネルギー効率の改善に取り組んでいます。例えば、ソニー（株）仙台テクノロジーセンターでは、ボイラーの最適燃焼方式への転換や事業所全体の継続的な省エネ努力により年平均で約20%の省エネを実現しています。このような日本における先進的な省エネ施策を他地域へも展開するため、ソニーグループ内の専門家による「省エネルギー診断」を実施しています。また、米国のソニー・ピクチャーズ エンタテインメント（SPE）では、建物内の照明の自動制御システムの導入や、スタジオや映画の撮影時にLED照明や省エネ型蛍光灯を使用するなどの省エネルギー活動に取り組んでいます。さらに、

索尼電子（無錫）有限公司（中国）で導入された高効率水冷式冷凍機

米国で建設しているソニー・コーポレーション・オブ・アメリカ、ソニー・エレクトロニクス(SEL)、SPEのオフィスは、LEED制度※の基準に従って建設されています。

※ LEED制度:米国グリーンビルディング審議会による建築物の環境配慮に関する評価・認定制度

再生可能エネルギーの導入

欧州のエレクトロニクス、ゲーム、ディスク製造事業所と主要なオフィスにおいて、2008年度の全電力使用量約1億9,000万kWhをすべて再生可能エネルギーとすることを達成しました。日本におけるソニーグループのグリーン電力証書システムによる基本発電委託量は、2009年7月現在で年間約7,000万kWhとなり、国内最大級のユーザーとなっています。また、米国においても再生可能エネルギー証書の購入を推進し、2008年度の購入量は約4,200万kWhでした。また、SPE本社では、232kWの太陽光発電設備を導入しています。これらの再生可能エネルギー導入による2008年度の温室効果ガス排出削減貢献量は、グローバルで約9万2,000トンに達しました。

シュツットガルト・テクノロジー・センターに導入された太陽光パネル

製品の消費電力量の削減

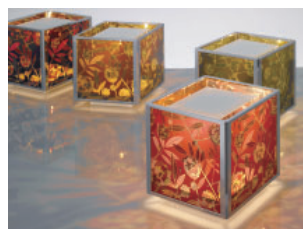
ソニーは、エレクトロニクス製品全般にわたって、業界トップクラスの省エネ性能を目指して改善を続けています。中でも、テレビの省エネが最も重要な課題と考えています。2009年2月に日本で発売した液晶テレビ〈ブラビア〉V5シリーズでは、世界初のHCFLバックライトを採用し、消費電力を従来比で約40%削減しています。また、映像のオン・オフを自動で切り替える「人感センサー」を搭載し、手軽な節電をサポートしています。海外市場にも同様の省エネ技術を搭載したVE5/WE5シリーズを2009年春より順次導入しています。さらに、2009年春に日本で発売された液晶テレビ〈ブラビア〉12機種は、省エネ法にもとづく省エネ基準達成率※1が最大で263%を達成し、全機種で省エネ5つ星の評価を受けています。

米国で販売するテレビにおいては、国際エネルギースタープログラムへの準拠を積極的に推進し、2008年および2009年のモデル※2のすべてで同プログラムの基準をクリアしています。また、欧州では、2009年6月時点で36機種のテレビがEUの環境ラベル「フラワー」を取得しています。さらに、ソニーでは、欧州のEuP指令※3およびその具体的な規制内容を示したEuP実施措置の要求事項に適合するため、対象となる製品について必要な対応を順次進めています。

液晶テレビ〈ブラビア〉KDL-46V5

※1 省エネ法「エネルギーの使用の合理化に関する法律」に定められた2008年度基準に対する達成率
※2 2008年1月から2009年7月までに発売した米国モデル
※3 EuP指令:エネルギー消費機器の環境配慮設計指令

技術開発

ソニーは、環境技術の開発を積極的に行っています。その一つである色素増感太陽電池は、従来のシリコン系太陽電池に比べ、低コストでの生産や、製造時に投入する材料やエネルギーなどの環境負荷低減が期待される新技術で、弱い光の下での発電性能に優れ、色素の種類により色のバリエーションを持たせられるなどの特徴があります。ソニーは、色素増感太陽電池の試作モジュールで業界トップの発電性能を実現していますが、今後、さらなる発電性能の向上と、信頼性確保などの研究開発を進め、実用化を目指します。

色彩豊かなシースルー型色素増感太陽電池で発電し、明かりを灯すインテリア照明のコンセプトモデル“Hana-Akari”

資源

製品に使用する資源の循環

限りある資源の有効活用に向けて、ソニーは資源の循環に取り組んでいます。省資源の製品設計を通じて製品重量の削減に取り組むとともに、再生材や自然循環材※1の導入を推進しています。

ソニーは、製品への資源使用量に関して、「2010年までに循環材利用率※2を12%以上に向上」という目標を設定しています。2008年度に販売された製品への資源使用量は、2007年度とほぼ同等の約127万トンで、循環材使用量は2007年度より約1%減の約13万トンでした。※3 この結果、2008年度の循環材利用率は約10%でした。

ソニーは製品への再生プラスチックの使用を積極的に進めています。回収された自社製ブラウン管テレビのプラスチック部品や、発泡スチロール廃材からの再生プラスチックをテレビの部品として再利用しています。また、光ディスク製造工場の(株)ソニーDADCジャパンで製造したポリカーボネート製CDの廃材を、独自技術と設備を用いて表面塗膜を剥離することで、新材と同等のポリカーボネートに再生し、デジタル一眼レフカメラやPSP®「プレイステーション・ポータブル」などの製品の外装へ採用しています。

廃CDからの再生プラスチックを使用したデジタル一眼レフカメラ“α”DSLR-A380

ソニー・ミュージックエンタテインメント（SME）やソニーDADC、SPEにおいても、CD、DVD、ブルーレイディスクのケース重量の削減や、紙製ケースの採用を世界各地で行っています。

右：SMEが米国で導入した再生紙のCDケース
左：ソニー DADC（オーストリア）が開発した環境配慮型CD/DVDケース「Bend-it Green（ベンド・イット・グリーン）」

※1 自然循環材：植物原料プラスチックなど
※2 循環材利用率：製品への資源使用量に対する循環材使用量の比率。循環材とは、自然循環材、リユース材、リサイクル材（再生紙、再生プラスチックなど）を指します。
※3 製品への資源使用量：製品、アクセサリー、取扱説明書、包装材に用いられる資源の総重量。製品の総出荷重量で代用しています。

包装材の取り組み

ソニーでは環境配慮課題の一つとして、包装の改善も推進しています。総合的な環境負荷の低減を目指し、材料使用量の削減に加え、リサイクル性や使用する材料の安全も視野に入れた取り組みを推進しています。また、包装の小型化や集合包装の改善による輸送効率の向上、さらに分別しやすい構造や識別表示方法の採用も推進しています。

前モデルと比べ、包装材使用量と包装体積を削減し、輸送効率も向上したPSP®「プレイステーション・ポータブル」（PSP-3000）

製品リサイクル

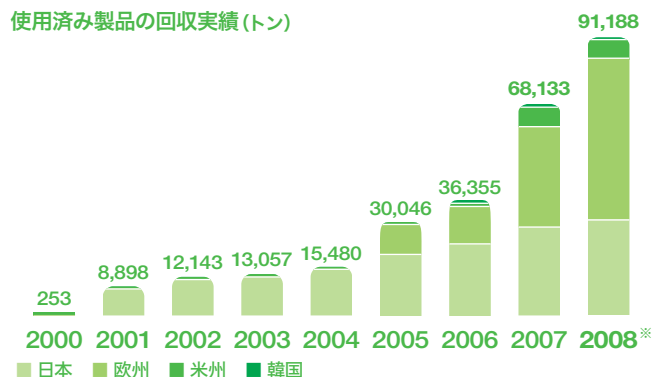
ソニーは、使用済み製品の回収・リサイクルに積極的に取り組むとともに、リサイクルに配慮した設計を推進しています。また、地域社会のニーズに適応した地球環境に負荷の少ないリサイクルシステムの構築と効率的な運用に取り組んでいます。

日本の家電リサイクル法やEUのWEEE指令※、米国におけるカリフォルニア州廃家電リサイクル法など、世界各国および地域のリサイクル法規制にしたがって使用済み製品の回収およびリサイクルの推進や、規制を超えた取り組みを行っています。SELは、ウェイストマネジメント社と共同で従来から米国で実施していた自主的なリサイクルの取り組みを拡大し、2007年度から全米で「Sony Take Back Recycling Program（ソニー・テイクバック・リサイクリング・プログラム）」を導入しました。2009年6月現在、全米で275カ所の指定回収センターが設置され、ソニー製品の回収を無料で受け付けています。また、SELは2009年4月に小型電子機器を対象とした自主的なリサイクルプログラム「GreenFill℠（グリーンフィル）」を開始しました。同プログラムに協力する小売店で、すべてのブランドの小型電子機器を無料で回収しています。

「GreenFill℠」プログラムの使用済み小型電子機器回収箱

これらの取り組みによる、2008年度のソニーの使用済み製品の回収量は約9万1,000トンでした。

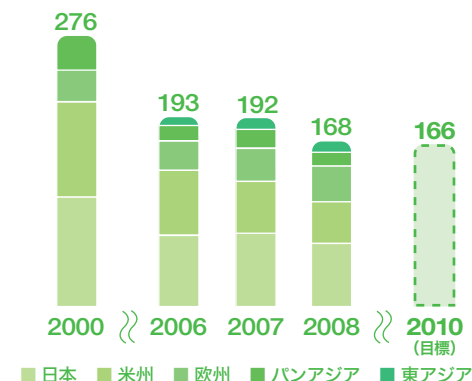
※ WEEE指令：廃電気・電子機器リサイクル指令

使用済み製品の回収実績（トン）

※ 2008年度の欧州の値はオランダ・ベルギーを除く

事業所の廃棄物削減

マレーシア国内の資材輸送にもリターナブルコンテナの利用を開始し、廃棄物を削減

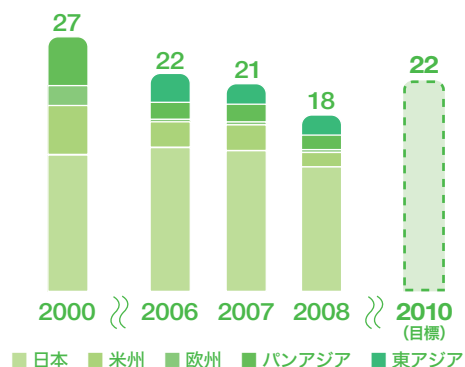
ソニーは、「2010年度までに事業所の廃棄物総発生量を絶対量で2000年度比40%以上削減」「事業所の廃棄物リユース・リサイクル率を国内製造事業所で99%以上、海外製造事業所で95%以上にする」という目標を掲げ、部品輸送時の梱包材のリユースなど、廃棄物の削減および資源の有効利用に取り組んでいます。2008年度の事業所での廃棄物発生量は約16万8,000トンで、2000年

事業所の廃棄物発生量（千トン）

度比では39%の削減となりました。また、2008年度の日本の製造事業所のリユース・リサイクル率は99.2%で、海外の製造事業所のリユース・リサイクル率は87.8%でした。

事業所の水使用量

ソニーでは、「2010年度までに事業所で製造に使用する水の購入量および汲み上げ量を、絶対量で2000年度比20%以上削減」という目標を掲げ、水使用量の削減に取り組んでいます。2008年度の事業所での水使用量は約1,820万m^3でした。2007年度比で約310万m^3の削減で、2000年度比では32%の削減となりました。

ソニーモバイルディスプレイ(株)
野洲事業所のオゾン水回収設備

事業所の水使用量(百万m³)

化学物質

製品に含まれる化学物質の管理

ソニーが製造・販売するエレクトロニクス製品は、一製品につき数百から数千の部品で構成されており、さまざまな化学物質が含まれています。これらの化学物質による環境への影響を最小化するため、ソニーは、EUのRoHS指令など、特定の化学物質の製品への含有を禁止している全世界の関連法規制や、ステークホルダーの声を反映した、独自の化学物質管理基準を定めています。同時に、「グリーンパートナー環境品質認定制度」を運用し、全世界で共通の化学物質管理をしています。これにより法規制のある地域だけでなく、全世界で出荷するほぼすべての製品から特定の化学物質を全廃しています。またソニーは、製品や部品に使用されるポリ塩化ビニルや臭素系難燃剤など、規制の対象となっていない化学物質に関しても、削減を進めています。さらに、サプライヤーから部品・材料に関する化学物質含有データの収集も開始し、EUのREACH規則※への対応を進めています。

※REACH規則:化学物質の登録、評価、許可および制限に関する規則

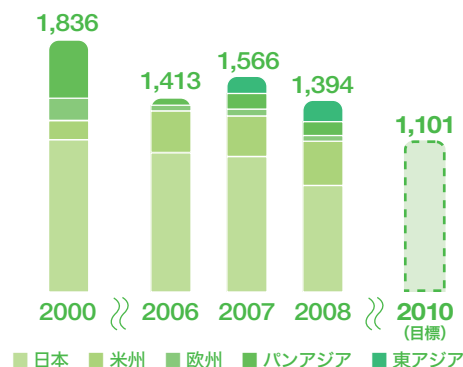
アルカリボタン電池の無水銀化

ソニーは、独自技術の採用によりアルカリボタン電池の無水銀化を達成し、2009年10月より日本で発売します。すでに無水銀化を実現している酸化銀電池に加えて、今回新たにアルカリボタン電池を無水銀化することで、両電池あわせて年間約470kgの水銀を削減できることになります。

水銀ゼロ%のアルカリボタン電池

事業所における化学物質の管理

ソニーは、事業所で使用する化学物質についても、グループ共通の基準で管理および排出・移動量の削減に取り組んでいます。このうち、揮発性有機化合物(VOC)については「2010年度までに大気への排出量を2000年度比40%以上削減」という目標を掲げて削減に取り組んでいます。2008年度の大気への排出量は約1,394トンで、2000年度に比べ24%の削減となりました。また、環境事故の防止や、緊急時対応について社内基準を設け、適切な化学物質管理を実施しています。

VOCの大気への排出量(トン)

生物多様性

生物多様性保全の取り組み

ソニーは事業所の緑化活動や外部の自然修復活動を通じて、生物多様性の保全に取り組んでいます。ソニーイーエムシーエス(株)東海テック幸田サイトでは、工場敷地内の自然林を「ソニーの森」として整備しており、地域の人々に開放しています。また、パナマのソニー・インター・アメリカンでは、1995年よりパナマの国鳥であるハーピーイーグルの保護に関するプログラムを実施しており、ハーピーイーグルセンターへの支援や、人々への啓発活動に取り組んでいます。

ハーピーイーグル

ソニーは、ダイナミックかつ革新的な、より統合された機動性の高いグローバルカンパニーへの変革を目指し、2009年4月1日に新体制を発足しました。その新体制における2人のリーダーが、ソニーらしいCSRの実現について、ビジネスの視点から語ります。

“ソニーらしい”社員とは

平井　会社のイメージがそうさせるのかもしれませんが、ソニーの社員は、世の中からソニーらしさのようなものを求められることが多いと思うんですね。例えば、洗練されている。常に新しいものを発見しようというモチベーションがある。視野が広い。フットワークが軽い。国際性がある…。こういうものは、やはり大事にしていかないといけないと思うんです。

吉岡　そうですね。ソニーらしさとは何か、いろいろな人に聞いてみたことがあるんです。でも、その答えが面白くて。実に千差万別なんですよ。新しいライフスタイルの提案。技術のソニー。人のやらないことをやる。グローバル…。若いころ、ソニー創業者の井深大さんから言われた言葉を今も覚えていましてね。ソニーは何をやってもいい会社だ。ソニーとはこういう会社だと、型にはめるのが一番いけないと。結局、私が出した結論は、ソニーらしいと個々人が思うことがソニーらしさだ、ということでした。自分が感じているソニーらしさこそが、ソニー社員としてのプライドなんです。

平井　それは面白いですね。

吉岡　ただ、おっしゃるとおり共通して持っていなければならない意識もあります。例えば、国際性がそのひとつです。私自身、スウェーデンのソニー・エリクソンでマネジメントを経験しましたが、海外の荒波にもまれることの重要性を改めて認識したことを覚えています。どこの国や組織でも通用するだけの力を身につける努力を、日ごろからしておかなければ

いけないということです。

平井 同感です。私がよく若い社員に言うのは、自分のキャリアは自分でマネジメントすることです。この意識を強く持つことが、より自分の能力を発揮することにつながるわけですね。そして会社は、研修や制度によって、個人の能力アップをサポートしていく。

吉岡 大事なことは、積極的に新しいチャレンジに取り組むことです。特に若い人は、新しい取り組みに恐れずに挑戦することを意識してほしい。スウェーデンで驚いたのは、一人ひとりの適応能力が非常に高いことでした。設計の人がいきなり資材に異動したり、資材の人が商品企画に異動したりするんですが、まったく違う仕事でもこなしてしまう。そして結果的に個人が力を付けていく。その意識を見習わないといけないと思いました。

平井 私はアメリカ駐在が長かったのですが、社員で印象的だったことといえば、社会的な取り組みへの積極的な参加でした。チャリティイベントに関心を持った私が声をかけると、すぐに何十人もの社員が集まってくれて、大いに盛り上がったんですね。一企業人である前に、一社会人ですから、会社を通して社会に貢献するだけではなく、職場を離れたところで何か一つでも社会に対する貢献活動をしてほしいと私はずっと若い人に言ってきました。その意識を持ってくれているソニー社員が多いのはとてもうれしいことです。

吉岡 そういう社員を率いる経営の立場としては、どんな意識を持たれていますか。

平井 私は音楽業界で仕事をしていましたが、アーティストのマネジメントに似ていると思っています。アーティストが安心してクリエイティブな仕事に専念できるための環境をつくる、プロデューサーの役割です。社員が安心して仕事に打ち込める、毎日仕事をするのが楽しいと言ってくれる。そんな環境づくりをするのが、マネジメントでは大事なことだと思っています。

“クオリティ”へのこだわり

吉岡 私が心がけてきたのは、透明性の高い経営をすることでした。それは、ソニー・エリクソンの日本法人の社長になった2001年から、より強く意識するようになりました。限られた人が集まり、密室で何かを決めるのではなく、できるだけオープンに、しかもチームで決めていく。公平さを意識して、経営の資料もできるだけ公開していく。それが大事だと思うんです。同じ国籍の人や似た分野のリーダーばかりを集めるのではなく、違うバックグラウンドを持った人にも入ってもらって物事を決める。多様性を尊重することで公平で透明な意思決定のプロセスがつくれると思っています。

平井 あと強く意識しているのは、意思決定をするときに一拍置くことでしょうか。自分一人のときも、会議で結論を出すときにも、ちょっと待てよ、と考える。コンプライアンス上はどうか。税法上はどうか。社会的な側面はどうか…。頭の中のチェックリストと照らし合わせてみる。少しでも不安があれば、法務などの専門機関でチェックをお願いする。ゲームなどのクリエイティブな事業だからこそ、クリエイティブとして優れているというだけではなく、別の側面から見てみることも求められると考えています。

吉岡 経営の意思決定には本当に広い視野が必要、ということですね。

平井 商品づくりでも、高い品質の商品を提供することはもちろん大切ですが、私はそれだけが品質ではないと思っています。例えば、残念ながら不具合を起こしてしまったとして、それに対してソニーがどう対応できるか、ということも品質だと思うんです。丁寧な対応、的確な返答、迅速な修理…。そういった一連のシステム全体が、ユーザーからの評価を決める。私は、ユーザー体験を念頭に置いた商品・サービスの重要性を常々語っていますが、こうしたこともその一つだと考えています。

新しい“豊かさ”へ向けて

吉岡 エレクトロニクス製品もこれまでにはなかった発想をすべき時代です。例えば、高齢社会が到来している。ところが一方で、たくさんの製品がネットワーク対応になっています。10代、20代の若い人には、簡単に操れるネットワークも、高齢者にはそうはいかない。私たちは、きめ細かな視点で本当に使いやすい製品とは何かを、改めて考えなければいけない。これまで以上のアクセシビリティを考える必要がある、ということですね。

平井 誰でも簡単に扱えるハードウェアやインターフェースは、ソニーがずっと意識してきたこと。でも、そこからさらに一歩踏み込んでいかなければいけないと考えています。例えば、取扱説明書を読まなくても使える製品を意識する。できるだけ説明を不要にするのです。一方で、ウェブなどを通じて情報を得れば機能はどんどん掘り下げられる。ウォークマンXシリーズなどは、すでにそうした意識が感じられます。

吉岡 浩（よしおか ひろし）
ソニー株式会社 執行役 副社長
コンスーマープロダクツ＆デバイスグループ プレジデント

ソニー株式会社入社後、ソニー・エリクソン・モバイルコミュニケーションズAB コーポレート・バイス・プレジデント、オーディオ事業本部長、テレビ事業本部長などを経て現職。

吉岡 実は今回、組織を「ホーム」と「パーソナル」に分けた理由は、そのあたりも関係していますね。「ホーム」のカテゴリーは、もっともっと使いやすさを追求しないと、ということです。実際、まだまだやれることは本当にたくさんあると思います。

平井 「パーソナル」も同様です。やれることがたくさんある。例えば、ネットワークサービスには大きな可能性があります。ダウンロードのビジネスというと、パッケージがなくなってしまうのか、といった声がすぐに上がりますが、そんなことはありません。実際、CDやDVD、ブルーレイディスクを買う人は今も多い。それよりも、ユーザーに対して新しい購入の選択肢を提供できることこそ、大切な視点だと思うんです。また、結果として、形のあるモノをつくらない、モノを運ばないという点で環境にも配慮しているということになる。ソニーは、すばらしい技術をたくさん持っています。もっともっといろいろな場面で、社会に役立てると思うんです。

吉岡 そうですね。ソニー商品で豊かな暮らしをしていただくことが、ソニーの何よりの社会的な役割です。生活が楽しくなった、リラックスできた、豊かな気持ちになれたと言ってもらうことこそ、ソニーが目指すべき本質。かつては商品を持っているだけでも豊かな気持ちになれたと思いますが、今や商品によって限られた時間を楽しくすること、仲間とコミュニケーションすることも求められている。それを実現する最終製品をどう出し続けていけるか、ソニーに問われています。しかも、かつてのような“軽薄短小”といったわかりやすい方向性はない。エンジニア目線で技術から発想するだけではなく、お客様の声にもっともっと耳をかたむける機会を増やしていかなければなりません。

平井 ネットワークサービスも、いろいろな可能性を模索しなければ、と考えています。今の基本はゲームや音楽、映像コンテンツですが、今後はコミュニティ、コミュニケーションなど、いろいろな機能を実現させていくことができるはずです。

技術や製品を通じた持続可能性への挑戦

吉岡 それから今後のキーワードといえば、やはり「環境」ですね。

平井 “VAIO（バイオ）”しかり「プレイステーション」しかり、モデルチェンジごとに省電力化に取り組んできたことは、わかりやすい環境対応の例だと思いますが、実は小型化も大きな意味があったと思っています。例えば、現在の「プレイステーション 2」は、初期モデルに比べて動作時消費電力が約30%削減されており、体積も4分の1以下になっています。商品がスリムになれば、使う材料も少なくて済む。小さくなれば梱包材も小さくなる。世界に輸出するときも船の積載効率が上げられる…。小型化一つでも、たくさんの環境に対する波及効果があったと思うんです。小さな取り組みも連鎖すれば大きな結果を生む。そういう意識もしっかり持っていたいですね。

吉岡 もともとソニーは、社員の環境意識が高かった。小型化や軽量化といったソニーの得意分野は、環境対応とは方向性が同じですから。実際、テレビも消費電力を少なくする取り組みをずっと続けてきました。商品企画の会議でも環境に関する議題が入ることが普通になっています。人感センサーを大きな話題にしていただいた〈ブラビア〉V5/VE5/WE5シリーズも、こうした背景があってこそ生まれたと思うんですね。また最近では、長年の技術開発の成果として実現した、アルカリボタン電池の無水銀化にも注目をいただいています。

平井 環境への取り組みも、今や商品選択を左右する重要な情報の一つ。今後は、ソニーらしい製品やサービスといったとき、環境への取り組みがしっかりなされている、という実感をユーザーに持ってもらえるようにしていかなければいけないですね。

吉岡 加えて、私が考えているのは、もっと主体的に環境問題の解決にかかわっていくということです。例えば、米国では今、次々と環境ベンチャーが生まれています。環境負荷を低減する技術やエネルギーマネジメントが、ビジネスとして積極的に発想されている。既存製品の環境対応という視点だけでなく、ソニーとして環境負荷低減のためにどんな技術や製品を社会に提供できるのか。それを考えていかなければいけないと思っています。

平井 限られた資源の中で、地球をどうするのか。真剣に考えなければいけない時代。企業として環境対応が求められているから、といった姿勢ではなく、ソニー自身が持続可能な社会の実現をリードしていくような役割が求められると私は考えています。環境においても、ソニーはリーディングカンパニーにならなければいけない、ということです。

平井 一夫（ひらい かずお）
ソニー株式会社 執行役 EVP
ネットワークプロダクツ&サービスグループ プレジデント
株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント 社長 兼 グループCEO

株式会社CBS・ソニー（現 株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント）入社後、ソニー・コンピュータエンタテインメント・アメリカ プレジデント 兼 CEOなどを経て現職。

製品・サービス

ソニーは、お客様の声に耳をかたむけ、「高い品質で、安心して使っていただける商品」「心のこもったカスタマーサービス」をお届けし、お客様の期待を超えることを目指します。

使いやすさとアクセシビリティ

デジタル技術の進展にともない、製品は便利になる一方で多機能化しており、それらを有効かつ効率的に操作できるようにすることが求められています。この状況を踏まえ、ソニーは「使いやすさ」を製品品質の一要素としてとらえ、お客様により快適に使っていただける商品やサービスの提供を目指しています。

社内では定期的なユーザーインターフェース会議の開催や、製品開発過程でのユーザーテスト実施の推進などにより、「使いやすさ」のさらなる向上に向けて活動しています。

ソニーの「使いやすさ」を考慮した製品の例として、テレビのリモコンに関して、よく使うボタンの面積を大きくすることで操作性が良くなり、また、無線技術の採用により、リモコンをテレビに向ける必要がなくなり、どのような持ち方をしても使えるようになっています。このリモコンは液晶テレビ〈ブラビア〉W5、V5、F5、XR1、X1、F1シリーズに搭載されています。

またソニーは、「アクセシビリティの向上」にも取り組んでいます。これは「使える人を増やす」ことを意味し、高齢者や障がい者などを含むできるかぎり多くの人々が使って満足していただけるようにすることです。

アクセシビリティを考慮した製品の例として、欧州向けのテレビに関しては、視覚障がい者のために音声ガイド機能を内蔵しており、聴覚障がい者のためにデジタルビデオ放送規格の字幕を導入しました。また、米国、カナダ、欧州で販売されている電子書籍ビューアー「Reader(リーダー)」は、一台に数百冊の本を保存して手軽に持ち出すことができ、視力の低いユーザーが必要に応じて画面上の文字サイズを変更できるようになっています。

今後も、より幅広いお客様へ「使いやすさ」「アクセシビリティ」を配慮した製品やサービスの提供を行っていきます。

ユーザーテスト(使いやすさ評価)の様子

品質マネジメント

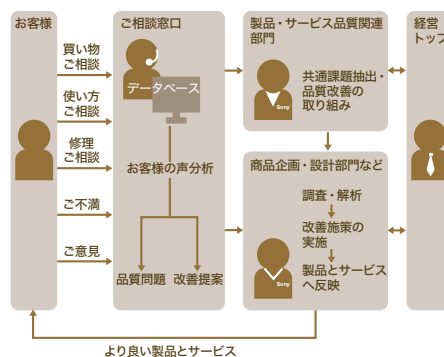
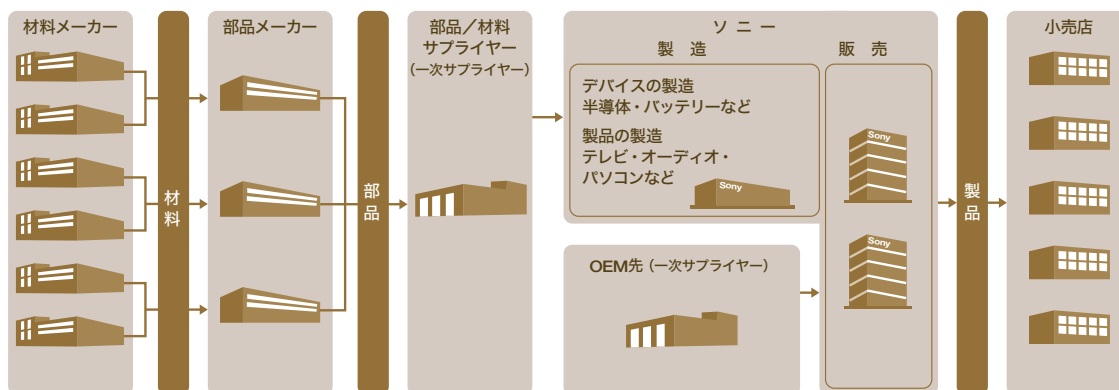
ソニーは、お客様の視点に立った高い品質の製品・サービスの提供を最優先事項と位置づけています。

品質の改善を図るため、トップマネジメントによる「品質戦略会議」を最高意思決定機関として定期的に開催し、全社を挙げて品質向上に取り組むプロジェクト管理体制の構築・推進などを行っています。また、新しい技術を用いた製品を開発する際は、健康に影響を及ぼすことのないよう医学的な観点から安全性を検討する機能を社内に設けており、社外の専門家による助言を得ています。2009年からは長期信頼性を軸として品質信頼性ラボを設置し、安全性や長期信頼性の向上に積極的に取り組んでいます。

お客様からのご意見や製品の不具合情報については、ご相談窓口で把握し、社内関連部署と連携して、早期に品質改善に結びつける活動を展開しています。また、社内には社員向けの品質情報窓口を設置しており、品質に関する課題や問題点は専用ウェブサイトから連絡することができます。

近年、家電製品のデジタル化、ネットワーク化が進み、ソフトウェアの比重が増加したことにともない、個人情報等の漏えいやデータの破壊などが生じる危険性が増加しており、製品における情報セキュリティの強化が重要視されています。製品の情報セキュリティへの取り組みとしては、外部専門機関からセキュリティ情報を収集する専用窓口と、各事業部門に責任者を設置し、入手した情報をもとにセキュリティ観点での影響評価を行うとともに、必要に応じて影響内容に応じた必要な対策をとっています。

また、製品セキュリティに関する技術基準を定め、社内教育を行い、ツールの導入による出荷前検査を実施するなど対応体制を強化しています。

お客様の声の活用

サプライチェーンの概念図

お客様応対・サービス

ソニーは、常にお客様視点を持ち、より質の高い顧客満足を全世界で実現することを目指しています。

1963年に「お客様ご相談センター」を国内に開設後、全世界にその機能を展開し、お客様からのお問い合わせに対応しています。ソニーカスタマーサービス(株)とソニー・香港のお客様ご相談センターは、国際規格であるCOPC-2000※規格にもとづく認証を取得しています。お客様応対業務に携わる社員、およびサービスパートナーのスタッフを対象に、全世界で研修・教育の実施を徹底しています。さらに、お客様とソニーをよりよくつなぐ手段として、インターネットを有効に活用しています。ウェブサイトでは、製品情報を公開するほか、よくいただくご質問をまとめたサイトの充実を図るとともに、取扱説明書をダウンロードできるようにするなど、製品やサービス、サポート情報をタイムリーに提供しています。国内では、オペレーターがインターネットを経由して、お客様がご使用中のコンピュータの画面を確認しながら使い方などのご案内をさせていただくものや、お客様のご都合のよい時間に予約をしていただき、オペレーターからお客様へ電話をしてサポートを行うものなど、ご利用いただきやすいサービスを提供するよう努めています。また、お客様の声に応えたインターネット活用の事例として、ホームページ上に、製品の使い方や設定方法、他機器との接続方法などを、わかりやすく紹介したページを掲載しています。

修理においては、お客様のご要望に迅速かつ適切に対応できるよう、ソニーは全世界に6,200カ所を超えるサービスネットワークを擁しており、物流日数や修理日数の短縮、修理料金の低減などお客様の満足度向上に取り組んでいます。

※ COPC-2000は、米国国家経営品質賞のマネジメントモデルをもとに策定されたコールセンター業務領域のマネジメント規格です。

CSR調達への取り組み

ソニーは、市場に届ける製品の品質はもちろんのこと、その生産過程において、人権・労働・環境面などが適切な水準にあることも「製品に対する責任」の一部であると考え、CSRの重要な課題として取り組みを行っています。

ソニーを含む複数の企業は、エレクトロニクス業界のサプライチェーンの人権・労働・環境状況の改善を目的として、2004年に電子業界CSRアライアンス(Electronic Industry Citizenship Coalition:EICC)を設立し、業界のベスト・プラクティスにもとづくEICCの行動規範を策定しました。2009年6月現在、EICCには、欧州、米州、アジアの主要なエレクトロニクスメーカー、生産受託企業など約40社が加盟しています。

ソニーは、2005年にEICCの行動規範にもとづく「ソニーサプライヤー行動規範」を制定し、対象となるすべてのサプライヤーに、その遵守を要請しています。

また、世界各地域での説明会の開催、「ソニーサプライヤー行動規範」への遵守状況を確認するためのアセスメントの実施、およびその結果に関する追加的なヒアリングなどを通じて、サプライヤーのCSR推進活動を支援しています。また、一部のサプライヤーには、EICCの行動規範の基準にもとづいた「共同監査」も実施しています。ソニーは、CSR調達に継続的に取り組んでおり、今後もサプライヤーと連携して、「ソニーサプライヤー行動規範」の遵守に向けて改善に努めていきます。

社員

ソニーはグローバル企業のリーダーとして、次世代を担う人材の育成を行い、社員が満足して生き生きと働ける、多様性のある活力にあふれた職場づくりを目指します。

社員とともに

ソニーの最も重要な経営基盤は「人」であり、これからもソニーが夢のある商品やサービス、新しいライフスタイルを世界中のお客様に提供していくためには、世界中のソニー社員一人ひとりにとって、ソニーが社員の能力を伸ばし発揮することのできる場であり続けなければなりません。そのためには、社員の採用や能力開発、そしてキャリアプランについてもグローバル企業としてふさわしい活動を行う必要があります。雇用・労働環境面では、各国の法令遵守は言うまでもなく、地域性を考慮した上でグローバルに共通した指針を持ち、地域や人種、性別にかかわらず多様な価値観や個性を持った人材を、適材適所で登用していくことが、大変重要だと考えています。

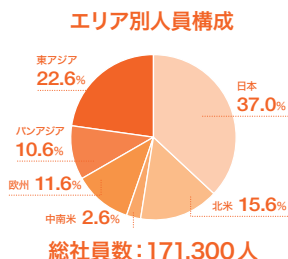
また、ソニーはトップマネジメントと個々の社員のコミュニケーションを重視しています。タウンホールミーティングや社内報などを通じて、トップ自ら経営方針などのメッセージを伝え、現場の声に耳をかたむけるのと同時に技術や経営などさまざまなテーマについて、社員と意見交換を行う場を創出しています。

エリア別人員構成

東アジア 22.6%
日本 37.0%
パンアジア 10.6%
欧州 11.6%
中南米 2.6%
北米 15.6%

総社員数：171,300人

ソニーは、急激に変化する世界情勢に対処すべく、グループ全体において経営体質強化および収益力改善を図るためのエレクトロニクス事業およびゲーム事業の構造改革の実施を2008年12月および2009年2月に発表しました。

構造改革の一環として、国内外製造事業所の再編、開発・設計体制の見直し、営業や間接部門の効率化等によって、人材の再配置・最適化を行っています。構造改革の実施にあたっては、社員や労働組合に必要性の理解を得るための密なコミュニケーションを実施するとともに、事業活動を行う各国・地域の適用法令を遵守し、各国・地域における考え方や慣習を尊重して対応しています。

雇用の機会均等・多様性

ソニーは、雇用の機会均等を旨とし、互いの人権が尊重されその個人の能力が十分に発揮できる職場づくりを目指しています。2003年5月に制定した「ソニーグループ行動規範」には、人権の尊重に関する条項が盛り込まれており、全世界のグループ会社に適用しています。

さらに、変化に絶えず対応し、新しいイノベーションを生み出すために、多様性にあふれた組織がとても重要だと考えており、多様な社員のさまざまな個性や発想を活かし成長するための積極的な取り組みを行っています。例えば、ソニー（株）では社内から選抜された女性および男性管理職によるダイバーシティ・プロジェクト（DIVI@Sony※1）が2005年に発足し、ダイバーシティの最初のステップとして女性社員の積極的な活用推進・登用に焦点をあて、キャリア支援やネットワーク構築、女性を登用する組織環境の整備に取り組んできました。あわせて2008年には「ダイバーシティ開発部」を設置し、活動のさらなる推進を行っています。米国では、ジェンダーおよびマイノリティーに焦点をあてています。例えば、ソニー・エレクトロニクスではワークショップの実施やダイバーシティボードの設置、社内メンター制度などさまざまな取り組みを行っています。欧州では、CSRヨーロッパ※2と連携して専門職・管理職の女性比率を高めるための作業部会を形成し、ベストプラクティスの共有などを実施しています。

日本における障がいのある方の雇用については、「障がいを感じない、感じさせない環境」の整備を推進しています。1978年にソニー最初の特例子会社としてソニー・太陽（株）を設立し、障がい者一人ひとりが自律して活き活きと働くことができるような職場環境の創出に取り組んできました。ソニー・太陽（株）で蓄積された障がい者雇用ノウハウは、研修や採用活動を通してソニーグループ各社に展開されています。また、2002年にソニー光（株）、2003年にソニー希望（株）も特例子会社認定を受け、障がい内容にあわせた業務の拡大を実施しています。

ソニー・太陽では個々人の障がいにあわせた「カスタムセル」を導入

※1 DIVI@Sony：Diversity Initiative for Value Innovation（呼称：ディーヴィ）日本国内におけるソニーグループ会社多様性推進プロジェクト。
※2 欧州にてCSRを普及させるNPO団体。

人材育成

ソニーを支える「人」の成長こそが最も重要な経営基盤であると考えています。ソニーは、職場における日々の業務を通じた育成に加え、個人の能力・専門性を高めるための教育、次世代リーダー・技術者の育成や、マネジメント力向上のための研修などを、ビジネスのニーズに沿って幅広く展開しています。

2008年度には、グローバルな視野を持ったビジネスリーダーの育成のためのローテーションプロジェクトを開始しました。このプロジェクトでは、ビジネス領域や地域を越えたローテーションを実施することにより、グローバルな視点で適材適所を実現しています。また、2000年にソニーユニバーシティを発足し、「Sony United Leadership Program(ソニー・ユナイテッド・リーダーシップ・プログラム)」などさまざまな研修プログラムを実施しています。また、ゆるぎない"技術のソニー"の確立を目指し、全世界の技術者を対象にした「ソニー MVP認定制度」と「Distinguished Engineer(ディスティングイッシュド・エンジニア)」任命制度も設けています。

地域ごとにも、さまざまな活動に取り組んでいます。例えば、日本では、階層別必須研修、ビジネススキル研修、技術研修など300以上の研修プログラムを展開しています。欧州では、次世代リーダーとして期待されるマネージャーを対象に教育や環境などの問題に取り組む「社会的企業」のプロジェクトに従事するプログラムを実施しています。パンアジア地域では、MBAプログラムをベースとした研修制度を導入し、リーダーシップやマネジメントスキル研修の充実を図っています。中国では「ソニー・CEIBS※マネジメント開発プログラム」を立ち上げ、国際的な視野と経験を持った基幹人材を計画的に育成しています。さらに、人材育成や技術習得を目的とした国際的な人材ローテーションも積極的に実施しています。

※ China Europe International Business School(中欧国際工商学院)

Sony United Leadership Program 2008

ワーク・ライフ・バランス

ソニーでは、社員がそれぞれのライフスタイルに応じて能力を最大限に発揮できるよう、柔軟な勤務制度を導入しています。

例えば、ソニー(株)ではフレックスタイム制度や裁量労働制などの柔軟な勤務を可能にする制度を導入しています。さらに、子育てや介護に携わる社員には、育児休職制度や、在宅勤務制度のほか年次有給休暇の時間使用制度などを設けて仕事との両立を支援しており、実際に多くの社員に利用されています。

また、単に制度を拡充するだけでなく、トップマネジメントからのメッセージや講演会・座談会の開催を通して、両立を支援する職場風土の醸成や社員のキャリア構築支援のためのさまざまな取り組みを行っています。一例として、2008年度には、男性の子育てについて考える機会として子育て中の男性社員によるパネルディスカッションを中心とした「ファーザーズフォーラム」や、マネジメントを対象に子育てをする女性のキャリアについて考える講演会などを実施しました。

職場環境、安全衛生

ソニーは、ソニーで働くすべての人の安全と健康を守るために、各国・各地域の特有の課題を配慮した上で、グローバルな取り組みを展開しています。

ソニーは1998年に、「ソニー安全衛生基本方針」を制定しました。この方針では、全世界の事業所が立地するその国、地域の安全衛生関係諸法令を遵守しながら、自主的に安全衛生を推進するよう、活動内容を明確化しています。この方針を実践するため、事業所ごとに目標を掲げ、労働災害の低減に努めています。さらに、人命や会社資産を守るため、感染症、火災・地震などへの備えや、セキュリティ対策も含め、総合的な安全衛生活動を展開しています。

また地域特有の課題への対応として、例えば日本においては、メンタルヘルスケアに関して産業医の配置を行っています。米国と南米では、ソニー・エレクトロニクスとソニー・ラテンアメリカが共同で、ハリケーン多発地域の社員を対象に啓発プログラムを実施しました。さらに、タイと南アフリカでは、HIV/AIDSに関する予防・対応策に積極的に取り組んでいます。

ソニーは、製品、技術、イノベーションとソニーグループ社員の力、さらにはステークホルダーとのパートナーシップを活用し、時代や社会のニーズに応えていきます。

50周年を迎えたソニーの社会貢献活動

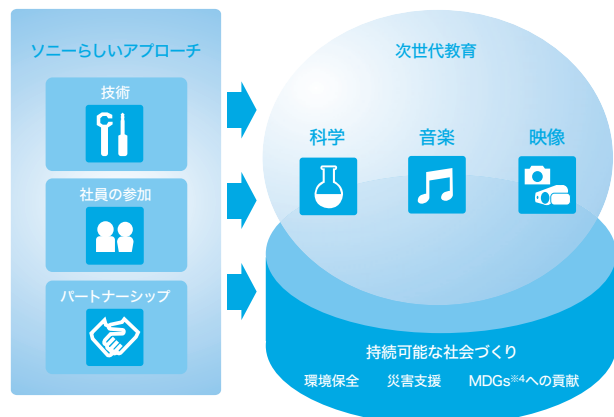
創業者:井深　大

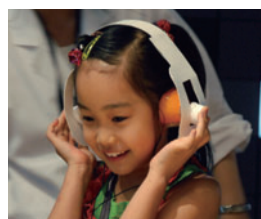
ソニーの創業者である井深大は、設立趣意書に「国民科学知識の実際的啓発」を創業の目的の一つと位置づけています。そして、1959年には、戦後間もない日本において、科学技術の振興こそが社会を立て直す、そのためには次世代を担う子どもたちの理科教育に注力することが重要であると考え、理科教育において優れた教育を目指している小学校を支援する「ソニー小学校理科教育振興資金」を設立しました。

それから50年たった今、エンタテインメント事業を傘下に加えたソニーらしい活動として、その重点分野は、科学のほかに、音楽・映像教育支援にも広がり、科学や芸術への関心を高めることはもとより、次の社会を担う世代の論理的思考や豊かな創造性をはぐくむことを目指して活動しています。また、グローバルに事業を展開する企業として、環境、貧困などのグローバル課題や災害に対しても、ソニーならではの技術力、社員の協力、そして、国際機関やNGO(非政府組織)等との連携を通じて、持続可能な社会の構築への貢献を目指して活動しています。

推進体制としては、本社に設置された社会貢献委員会のもと、「事業活動を行う世界の各地域において、ソニーの得意とする分野で、時代や社会のニーズに応える」という社会貢献活動方針にもとづき、本社主催のプログラムのほか、世界各国のソニーグループ会社と6つのソニーの財団により、地域ニーズに応じた活動が各地で行われています。

また、社員の力による社会貢献活動の推進体制として、ボランティアプログラム(SomeOne Needs You※1)の実施やマッチングギフト制度などによる募金の推進を行っています。

2008年度のソニーグループ全体の社会貢献活動貢献額は総額で約54億円※2、ボランティア参加者数は延べ約9万人※3となりました。

※1 頭文字でSonyを表す。
※2 この金額には寄付金、協賛金、自主プログラム経費(施設運営費)のほか、寄贈した製品の市場価格が含まれています。
※3 募金、献血等を含む。(昨年度までの数値は、一部のグループ会社のみ募金、献血等を含む)
※4 MDGs:Millennium Development Goals(ミレニアム開発目標)
2000年9月の国連ミレニアム・サミットにて189の加盟国代表により採択された国連ミレニアム宣言と、主要な国際会議等で採択された開発目標を統合し、一つの共通の枠組みとしてまとめられた国際開発目標。

ソニーの社会貢献活動

科学教育

ペットボトルと牛乳パックでつくるヘッドホン

2009年、社会貢献活動50周年を記念し、これまでの科学教育活動の集大成として、子どもたち向けのワークショップ「ソニー・サイエンスプログラム」を開始しました。社員からの公募により選ばれた新規コンテンツも加わり、考案した社員自らが講師となって、学ぶ喜びや楽しさを体験するワークショップを支えます。まずは、ソニー・エクスプローラサイエンス(東京・お台場)を中心に開催し、今後は国内外の事業所やソニーの関連施設などで、世界中のたくさんの子どもたちに体験できる機会を提供していく予定です。

モーションキャプチャー技術体験(ソニー・ワンダーテクノロジーラボ)

最先端の技術やエンタテインメントを体験できるソニー・ワンダーテクノロジーラボ(米国・ニューヨーク)は、2008年、数百万ドルの費用をかけてソニーのさまざまな事業に関連する14の新しいコンテンツを導入しました。例えば、自分自身の動きをアニメーションで再現できるモーションキャプチャー技術、ロボットのプログラミング、ハイビジョンテレビの番組制作などを体験することが可能です。これらを通じて、年間約20万人の来場者に、将来の科学技術の可能性を感じてもらうとともに、メディアや科学、芸術分野の職業体験の機会を提供しています。

シンガポールのソニーグループ各社とシンガポール科学センターが共同で開催しているソニー・クリエイティブサイエンスアワードは7歳から12歳の子どもたちが、科学的な要素を持つおもちゃをつくるコンテストです。11年目となる2008年は108の小学校から3,000人を超える子どもたちが参加しました。イベント当日はワークショップや科学実験ショーがあり、おもちゃづくりに加えて子どもたちの科学への関心やクリエイティビティを高める機会となっています。また、この活動は他の地域にも広がり、2005年よりサウジアラビアでも開催しています。

社会貢献活動事例

ソニーは、グローバル企業として、事業を展開する地域のみならず、ミレニアム開発目標（MDGs）の重要性を認識し、これらの社会課題解決に向け、国際機関やNGOなどとのパートナーシップを通じ、各地でさまざまな活動を展開しています。

Africa

映像 パートナーシップ 教育 社員

ユニセフ「EYE SEE」プロジェクトに参加した子どもによる写真作品 ©UNICEF/Madagascar2009

2006年度よりユニセフとのパートナーシップを通じて継続的に子どもデジタル写真プロジェクト「EYE SEE（アイシー）」を支援しています。「EYE SEE」は、途上国のさまざまな社会課題に直面する子どもたちの視点で日常のひとコマを写真やエッセイで表現してもらい、これらを通じて、世界中に、現地の状況の理解促進を図ること、また、社会問題の解決のために重要である子どもたち自身に、問題解決への参画意識を促すことなどを目的としています。

また、2008年度から、南アフリカで現地のNGOの図書館車プロジェクトにグループ社員から集めた本を寄贈するなど、アフリカを中心とした開発途上国への支援を実施しています。

U.S.

教育 音楽 社員 パートナーシップ

ヨーヨー・マとダニエル・ハーディングを迎え開催されたソニーグループ社員が構成するオーケストラのチャリティーコンサート

2008年10月、主にソニーグループ社員で構成する交響楽団ソニー・フィルハーモニック・オーケストラがカーネギーホール（米国・ニューヨーク）においてチャリティーコンサートを開催しました。このコンサートは、ロンドン交響楽団首席客演指揮者のダニエル・ハーディングが指揮を務めたほか、ソニー・ミュージックエンタテインメントに所属する世界的なチェロ奏者であるヨーヨー・マが参加し、収益金約13万ドルは、ニューヨーク市の公立学校の芸術教育に寄付されました。また、開演前には、学生たちを公開リハーサルに招待し、特別な体験を得る機会を提供しました。

China

教育 災害支援 パートナーシップ 科学 社員

愛心勉学プロジェクト

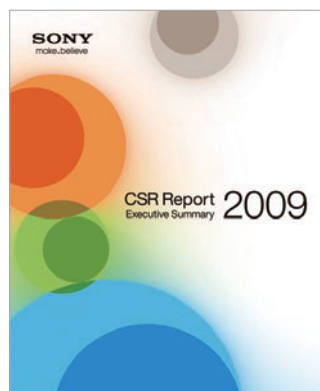
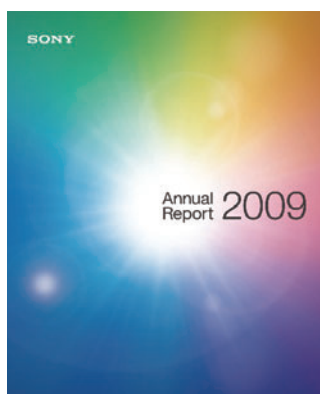
中国においては、農村部の貧困地区での授業に使う机やいすなどの不足や老朽化、黒板の反射光による子どもたちの健康への影響が問題となっています。このため、2003年より、愛心勉学プロジェクトとして、これまでに小学校130校、約35,000人以上の児童を対象に、机、いす、黒板を寄付しました。また、2008年5月の四川省大震災では、ソニーグループ各社およびその社員からの義援金約1億9,000万円の寄付を行い、緊急災害支援のほか、学校建設に役立てていただきました。2008年度には四川省江油市に春蕾八一小学校が完成し、すでに子どもたちの教室として使われています。さらに、2009年度には2校目が完成予定です。また、子どもの教育環境整備のほか、科学の楽しみを感じてもらうことを願って、ソニー・エクスプローラサイエンス（北京）で行われている実験教室も各地で開催しています。

Europe

環境 映像 パートナーシップ

©Daniel Beltrá, courtesy of Sony World Photography Awards 2009

ソニー・ヨーロッパで開催している世界最大規模の写真コンテスト Sony World Photography Awards（ソニー・ワールド・フォトグラフィー・アワード）2009では、英国皇太子により設立されたNGO「Prince's Rainforests Project（プリンス・レインフォレスト・プロジェクト）」と共同で、写真を通じた気候変動の影響に関する認知向上を目的として、「Prince's Rainforests Project Award」を新設しました。受賞者であるダニエル・ベルトラ氏には、4大陸での熱帯雨林の写真撮影活動費が贈呈され、撮影された写真は、熱帯雨林の荘厳さや森林破壊の深刻さを伝えるため、2009年秋にヨーロッパで開催予定の熱帯雨林体験ができる展示会で公開される予定です。

CSRレポート
エグゼクティブ・サマリー

アニュアルレポート

最新のアニュアルレポートはこちらでご覧いただけます。

日本語　http://www.sony.co.jp/IR/
英語　http://www.sony.net/IR/

CSRウェブサイトについて

ソニーのCSR活動についての情報は、ウェブサイトにて網羅的にご報告するとともに、本冊子の電子版を掲載しています。
また、各地域において、CSR・環境活動に関するウェブサイトを設けています。

CSR・環境活動に関するウェブサイト

グローバル・サイト
http://www.sony.co.jp/csr（日本語）
http://www.sony.net/csr（英語）

米州地域
http://www.sony.com/SCA/philanthropy.shtml
http://www.sony.com/green

東アジア地域
http://www.sony.com.cn/csr/（中国語）

欧州地域
http://www.sony.eu/eco

パンアジア地域
http://www.sony-asia.com/section/csr

CSRレポート／CSR活動についてのお問い合わせ・ご意見

ソニー株式会社CSR部
〒108-0075 東京都港区港南1-7-1
TEL：03-6748-2111（代表）　FAX：03-6748-2244
http://www.sony.co.jp/SonyInfo/Support/
上記のホームページ上にある項目「その他のお問い合わせ」よりお問い合わせください。

コミュニケーションスペース

ソニーでは、科学への興味を持っていただくためのサイエンスミュージアムなど、さまざまな展示活動を行っています。

ソニー・エクスプローラサイエンス（東京、北京）
科学の原理・原則、デジタル技術の進化や面白さを実際に見て、触れて、楽しみながら体験できる科学ミュージアムです。
http://www.sonyexplorascience.jp/
http://www.sony.com.cn/ses/（中国語）

ソニー・ワンダーテクノロジーラボ（ニューヨーク）
教育、エンタテインメント、技術が融合した音楽、映画、テレビゲームやデジタル技術の展示をご覧いただけるインタラクティブなミュージアムです。
http://www.sonywondertechlab.com/

ソニー歴史資料館（東京）
ソニーがこれまで世に送りだしてきた代表的な商品と、さまざまな資料を中心に展示を行っています。
http://www.sony.co.jp/museum/

本冊子およびウェブサイトに掲載している環境データについては、信頼性および一貫性の観点からビューローベリタスジャパン株式会社による第三者検証を受け、報告内容に対する信頼性の確保および環境マネジメントの継続的改善への活用を行っています。

http://www.sony.co.jp/csr/

以下の項目は、ウェブサイトに追加情報を掲載しています。ウェブサイトは随時アップデートしています。

スペシャルコンテンツ

CSRレポート
- CSR情報の開示について
- GRIサステナビリティ・レポーティング・ガイドライン2006対照表

マネジメント
- ストリンガー CEOメッセージ
- 対談：新マネジメントが語る「ソニーのCSRとは」

コーポレートガバナンス

コンプライアンス

製品責任
- 製品品質・サービスの理念・基本方針
- CSR調達
  - ・基本的な考え方
  - ・資材調達活動におけるCSR
  - ・CSR調達の考え方
  - ・サプライチェーンのCSR方針
  - ・基本的な取り組みフレームワーク
  - ・推進体制
  - ・仕組み・制度
- 製品品質・品質マネジメント
  - ・品質マネジメント体制
  - ・お客様の声の社内フィードバック
  - ・社内の品質情報窓口
  - ・安全性・長期信頼性への取り組み
  - ・製品の情報セキュリティの取り組み
  - ・品質問題とその対応
- お客様応対・サービス
  - ・体制
  - ・お客様応対サービススタッフの啓発
  - ・ご相談窓口
  - ・インターネットの活用
  - ・修理サービス
- アクセシビリティ・ユーザビリティ
  - ・ユーザビリティ評価による検証
  - ・製品での取り組み
  - ・多様なお客様への情報提供
  - ・年齢別レーティング制度、ウェブアクセス制限への取り組み

社員
- 人員情報
  - ・総社員数、ビジネス別人員数、エリア別人員数
  - ・ソニー（株）の取締役・執行役構成
- 労使関係とコミュニケーション
  - ・構造改革にともなう雇用、労使関係
  - ・労使間コミュニケーション
  - ・社員意識調査
- 人権、機会均等
  - ・人権・機会均等の基本方針
  - ・推進体制と活動
- 人事制度・人材育成
  - ・評価・処遇制度
  - ・ビジネスリーダーの育成
  - ・技術者の育成
  - ・研修プログラム体系
  - ・キャリアの形成サポート
- 安全衛生
  - ・基本方針とマネジメントシステム
  - ・リスクアセスメント
  - ・事業継続計画の策定推進
  - ・グローバル労働災害統計
  - ・社員の健康
  - ・HIV/AIDSの取り組み
- ダイバーシティ
  - ・ジェンダー
  - ・障がい者雇用
  - ・高年齢者雇用
- ワーク・ライフ・バランス
  - ・柔軟な勤務制度
  - ・両立推進への取り組み

社会貢献
- 社会貢献活動概要
  - ・創業者の理念
  - ・社会貢献活動50周年
  - ・社会貢献活動体制
  - ・関連制度
  - ・緊急人道支援
  - ・2008年度社会貢献活動貢献額
  - ・国際協力活動
- 展示活動や財団など関連情報

環境
- 環境マネジメント
  - ・ソニーグループ環境ビジョン
  - ・ソニーにかかわる環境負荷の全体像
  - ・Green Management 2010
  - ・環境マネジメント体制
- 気候変動
  - ・気候変動への取り組み
  - ・事業所の温室効果ガス排出量の削減
  - ・製品・サービスの温室効果ガス排出量の削減
  - ・物流・移動にともなう温室効果ガス排出量の削減
- 資源
  - ・資源循環システムの構築
  - ・事業所での省資源・リサイクル
  - ・製品・サービスの省資源
- 化学物質
  - ・事業所における化学物質管理
  - ・製品における化学物質管理
- 生物多様性
  - ・生物多様性保全の取り組み
- 事業所
  - ・事業所における環境保全活動
- 製品・サービス
  - ・製品・サービスにおける環境負荷低減
- 物流
  - ・物流における環境負荷低減
- 製品リサイクル
  - ・使用済み製品のリサイクル
  - ・ソニーにおける製品リサイクルの考え方
  - ・製品のリサイクル性向上の取り組み
  - ・日本における製品リサイクル
  - ・家電リサイクル法への対応
  - ・使用済みパソコンのリサイクル
  - ・欧州における製品リサイクル
  - ・北米における製品リサイクル
  - ・アジア・オセアニア・南米地域における製品リサイクル
  - ・各地域での製品リサイクル情報
- 環境コミュニケーション
  - ・社外コミュニケーション
  - ・社内コミュニケーション
  - ・地域コミュニケーション
- 環境技術
  - ・環境技術
- 環境データ
  - ・環境データ集計の方法および考え方
  - ・ISO14001認証取得事業所一覧
  - ・ソニーにかかわる環境負荷の全体像
  - ・事業所環境データ（全世界、地域別）
  - ・温室効果ガス排出量
  - ・大気汚染物質／水質汚濁物質の排出状況（全世界）
  - ・製品環境データ
  - ・物流環境データ
  - ・製品リサイクルデータ
  - ・環境保全コスト
  - ・事業所の環境管理物質一覧
  - ・日本の事業所におけるエネルギーの使用にともなうCO_2排出量
  - ・日本のPRTRデータ
  - ・日本のPCB含有電気機器保管状況
  - ・第三者検証報告書
  - ・環境活動の主な沿革

CSRイノベーション
- テクノロジー
- パートナーシップ
- マーケティング
- デザイン

For the Next Generation

CSR（企業の社会的責任）レポート エグゼクティブ・サマリー 2009年 3月期
ソニー株式会社

発行元：ソニー株式会社 2009年 9月 発行
Printed in Japan